BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia pada hakikatnya makhluk sosial yang tidak mungkin dapat bertahan hidup tanpa bantuan orang lain, saling membutuhkan satu sama lain. Untuk itu, manusia saling berhubungan dengan lingkungan masyarakat dan bekerja sama dengan orang lain dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidup, dalam menjalani kehidupan manusia mempunyai kebutuhan dan keinginan untuk dipenuhi, baik sifatnya biologis maupun psikologis. Kotler membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dalam konteks pemasaran, kebutuhan *(needs)* adalah sebuah kondisi dimana kita merasa kekurangan atas satu barang tertentu dan adalah sebuah dorongan untuk memenuhinya. Hal ini biasanya dikaitkan dengan barang-barang kebutuhan pokok, misalnya kebutuhan kita akan makan, minum, dan pakaian. Termasuk juga tempat tinggal, keamanan, penghargaan, pengakuan serta rasa kepemilikan. Sedangkan keinginan (*want*) adalah *kebutuhan Manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu.* Namun, individu bisa memiliki keinginan yang berbeda karena sudah ada peranan budaya dan kepribadian. (Amir, 2005). Masalah kebutuhan hidup Manusia yang pokok ini, khususnya masalah pakaian, tersebut dalam firman Allah SWT Q.S Al-A'raf/7:31.

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ (٣١)

> "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan". (RI, 1999)

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar –benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini Perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, bahkan dalam menggunakan produk. Diantara proses alternatif dan pengambilan keputusan terdapat minat beli konsumen (*purchase intention*). (Wardani, 2015)

Di era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, contohnya dengan promosi di media sosial, tempat yang strategis dan memberikan harga yang murah dengan kualitas bagus, itu akan

menarik hati pembeli yang mana semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. (Wardani, 2015)

Pemasaran lebih kepada mengutamakan kepuasan pelanggan. Lagipula perusahaan mengawalinya dengan mencari tahu kebutahan dan keinginan pelanggan. Berulah kemudian dicari tahu produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan itu. (Amir, 2005) pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian, pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk yang bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut pada teman-teman mereka. Karena itu, perusahaan harus berusaha memastikan kepuasan konsumen pada semua tingkat dalam proses pembelian. (Setiadi, 2003). Laba justru diharapkan dan diperoleh dari kepuasan konsumen yang nantinya membeli dalam jumlah banyak, terus-terusan dan mungkin dengan harga yang menguntungkan. (Amir, 2005).

Semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam menetapkan harga. Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga merupakan pondasi laku atau tidaknya produk atau barang tersebut ketika dijual. Sehingga, harga hanya dipatok dengan cara yang kompetitif, antara pebisnis atau dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan. Jadi kualitas dan harga adalah variabel pilihan penting bagi

konsumen, sehingga harga suatu produk sangat menentukan kualitasnya. (Wardani, 2015)

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli dan didalamnya masuk juga bisnis. (Wardani, 2015) Seperti dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 275

.... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ....(٢٧٥)

> "…Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba… " (RI, 1999)
>
> Ayat di atas menjelaskan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah SWT, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa. (Muhammad & Fauroni, 2002, p. 41)

Perkembangan *fashion* di zaman sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dan beragam. Dalam sebuah toko kita bisa menjumpai bermacam-macam model pakaian yang sebenarnya memiliki fungsi untuk menutup tubuh, namun disamping itu model pakaian juga menjadi faktor terpenting dalam memilih pakaian. Maka dari itu banyak pakaian yang diproduksi dengan berbagai merek terkenal. Hal ini dapat memengaruhi perilaku konsumen karena masyarakat membeli suatu produk dalam hal ini pakaian yang bisa menggambarkan dirinya. Untuk mendapatkan pakaian yang sesuai dengan dirinya, masyarakat rela mencari diberbagai tempat perbelanjaan, baik di mall, toko ataupun dipasar tradisional. Masyarakat yang mengonsumsi seperti yang dijelaskan di atas tidak peduli dengan produk yang baru maupun bekas yang penting mereka mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya. Seperti halnya dengan pakaian, masyarakat tidak peduli dengan pakaian baru maupun

pakaian bekas yang paling penting adalah masyarakat bisa menemukan pakaian yang menggambarkan dirinya yang merupakan simbol dari dirinya. Oleh sebab itulah kenapa masyarakat masih tetap membeli pakaian bekas untuk memenuhi kebutuhannya akan pakaian. (Wahyu, 2018)

Dalam Firman Nya QS Al-A'raf/7: 26

يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ قَدۡ أَنزَلۡنَا عَلَيۡكُمۡ لِبَاسٗا يُوَٰرِي سَوۡءَٰتِكُمۡ وَرِيشٗاۖ وَلِبَاسُ ٱلتَّقۡوَىٰ ذَٰلِكَ خَيۡرٞۚ ذَٰلِكَ مِنۡ ءَايَٰتِ ٱللَّهِ لَعَلَّهُمۡ يَذَّكَّرُونَ (٢٦)

"Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat". (RI, 1999)

Rasulullah saw juga menekankan kebersihan pakaian, kebersihan rumah, kebersihan jalan-jalan, hal ini tidak mengherankan bagi agama Islam yang telah menjadikan bersuci kunci sebagai ibadatnya yang utama yaitu shalat, maka tidaklah diterima shalat seorang muslim sebelum badanya bersih , pakaian bersih, dan tempat shalatnya juga bersih. (Qardhawi, 2000)

Pakaian itu sendiri sangat banyak diperjualbelikan di pasar tradisional, toko ataupun mall bahkan di Banjarmasin sendiri banyak toko yang menjual pakaian dari pakaian anak-anak sampai orang dewasa dan pakaian yang diperjualbelikan tersebut pakaian baru, dan harganya pun bervariasi dari yang termurah sampai dengan yang mahal tergantung merek dan kualitas produknya dan ada juga yang menjual pakaian bekas bahkan banyak yang menjual pakaian bekas dimana-mana dan tidak menetap atau tidak punya toko(*store*) seperti yang ada di pasar Jati dan masih banyak lagi ditempat lain, namun ada salah satu tempat yang menarik perhatian saya ada sebuah toko yang menjual pakaian bekas

yaitu toko Banjar Second yang terletak di Jl. Bali (Samping Gg. Telerama) Antasan Besar Kec. Banjarmasin tengah Kota Banjarmasin. Di sana menjual pakaian bekas, Pakaian bekas yang diperjualbelikan tersebut layak pakai dan juga kualitasnya bagus bahkan ada yang seperti baru karna pakaian yang djual di toko tersebut sebelumnya sudah disortir dan dipilih kualitas yang paling bagus untuk dibeli dari pengepul dan diperjualbelikan lagi di toko Banjar second. terlebih lagi pakaian tersebut bermerek terkenal seperti merek Champion, Polo, Dickies, Nike, Adidas dll. yang dimana merek-merek seperti itu yang banyak peminatnya. Pakaian yang diperjualbelikan ialah pakaian pria seperti (jaket, celana panjang, celana pendek, kemeja, *t-shirt*, kaos, *sweater*, kemeja, tas, dll). Dan juga harganya yang lumayan terjangkau dikarnakan pakaian tersebut adalah pakaian bekas namun masih bagus kualitasnya dan masih layak untuk dipakai., kisaran harganya mulai dari Rp 80.000 an di toko tersebut kalau kita beli pakaian yang barunya dengan merk yang sama harganya seperti di toko lain tidak mungkin dapat dengan harga Rp 80.000 an. Namun di toko tersebut kita bisa membeli dengan harga yang sangat murah, contohnya saja jaket merek Champion di toko tersebut harganya Rp 120.000 sedangkan harga pasarannya dengan merek yang sama bisa mencapai Rp300.000 bahkan bisa lebih, dan lagi kalau tidak cepat bisa keduluan orang karena barang yang diperjualbelikan di toko itu lumayan laku untuk produk tertentu jadi siapa cepat dia dapat. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian disini antara lain kualitas produk, harga, tempat dan promosi melalui media sosial (instagram, facebook dll). Sedangkan yang saya ambil disini yaitu kualitas produk dan harga karena kualitas produk dan harga lebih

mendominasi konsumen untuk membeli, pembeli lebih mengutamakan kualitas produk dan harga dibanding yang lainnya, maka dari itu saya hanya mengambil 2 faktor tersebut dan mana yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian tersebut. Di toko itu juga kita bisa pesan online tanpa harus ke tokonya dan kalau mau beli langsung di tokonya juga yang berlokasi di Jl. Bali (Samping Gg. Telerama) Antasan Besar Kec. Banjarmasin tengah Kota Banjarmasin.

Disini peneliti mengambil variabel kualitas produk dan harga sebagai variabel independen, karena variabel tersebut sangat mempengaruhi untuk keputusan pembelian yang mana keputusan pembelian tersebut sangat dipengaruhi oleh kedua variabel independen tersebut dan juga pelanggan akan melakukan keputusan pembelian bila kualitas produk baik dan harga yang terjangkau.

Namun setiap pengunjung memiliki perilaku yang berbeda sehingga belum tentu semua faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi dalam membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian bisa saja hanya dipengaruhi oleh satu variabel atau bahkan keduanya, oleh karena itu harus memiliki pengetahuan mengenai variabel apa saja yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam membuat keputusan pembelian dan juga mengetahui variabel mana yang paling dominan di antara kedua variabel tersebut yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat membuat kebijakan dan strategi yang efektif.

Kualitas produk dan harga yang dimiliki oleh perusahaan sangat berperan dalam keputusan pembelian dimana pelanggan mengambil keputusan pembelian dengan cara membandingkan kualitas produk dan harga untuk melakukan pembelian. Dari informasi yang didapat di atas tersebut maka penulis bermaksud

meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk belanja di toko Banjar Second.

Dari beberapa penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang minat beli pakaian bekas karena jarang sekali ada toko yang menjual pakaian bekas bahkan hampir tidak ada pada suatu daerah namun di Banjarmasin ini sendiri ada toko yang menjual pakaian bekas, oleh sebab itu saya tertarik untuk menelitinya dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI TOKO BANJAR SECOND BANJARMASIN".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin?
2. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan dan rumusan masalah yang sudah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin secara parsial.

2. Untuk mengetahui Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin secara simultan.

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Hasil penelitian digunakan untuk memperoleh serta memperdalam pengetahuan dibidang manajemen pemasaran, khususnya menganalisa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pengambilan keputusan pembelian.

b. Bagi kalangan akademik, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian dan sebagai acuan untuk memaknai kaitan antara produk dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peniliti, hasil penilitan ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh dibangku kuliah lingkup manajemen pemasaran, dan menerapkannya pada data yang diperoleh dari objek yang diteliti.

b. Bagi pembaca, sebagai informasi bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian lebih mendalam tentang masalah yang berbeda. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah perpustakaan dengan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya, dengan melihat

variabel yang demikian layak menjadi variabel penelitian pada penelitian selanjutnya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap penelitian ini maka penulis perlu memberikan batasan isitilah sebagai berikut:

1. Pengaruh yaitu daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang (KBBI). Pengaruh yang dimaksud di dalam penelitian yaitu pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada pakaian bekas di toko Banjar Second.
2. Kualitas Produk menurut Supranto dan Nandan Limakrisna adalah apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dipersepsikan (supranto & Limakrisna, 2011, p. 10). Kualitas Produk yang dimaksud dalam penelitian ini ialah kualitas pakaian bekas yang dijual di toko Banjar Second.
3. Harga berarti jumlah uang yang harus dibayar oleh para pelanggan untuk mendapatkan produk yang bersangkutan (Winardi, 2004, p. 293). Sedangkan Harga menurut KBBI yaitu nilai barang yang ditentukanatau dirupakan dengan uang, jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai (KBBI). Harga yang dimaksud dalam penelitian ini ialah harga pakaian bekas yang dijual di toko Banjar Second.

4. Keputusan pembelian menurut Kotler adalah tindakan dari konsumen untuk membentuk preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai dan membentuk beberapa subkeputusan (merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran) dalam melakukan maksud pembelian. (Kotler & Keller, 2009). Keputusan Pembelian yang dimaksud dalam penelitian ini ialah menetukan dan memilih pembelian terhadap pakaian bekas yang ada di toko di Banjar Second.
5. Pakaian Bekas terdiri dari 2 kata pakaian dan bekas, pengertian pakaian yaitu barang apa yang dipakai (baju, celana, dll) sedangkan bekas yaitu tanda yang tertinggal atau tersisa (sesudah dipegang, sudah pernah dipakai, dll) (KBBI). Jadi pakaian bekas adalah barang/pakaian yang kita pakai pernah dipakai oleh seseorang sebelumnya. Pakaian bekas yang dimaksud dalam penelitian ini ialah pakaian bekas yang dijual di toko Banjar second.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan masalah keputusan pembelian, maka penulis menemukan penelitian sebelumnya yang juga mengkaji tentang persoalan produk terhadap keputusan pembelian. Namun demikian, ditemukan subtansi yang berbeda dengan persoalan yang akan diangkat oleh penulis. Peniltian yang dimaksud:

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Saifullah, judul skripsi" Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Keputusan Pembelian di De'kopi Arwana". Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang saya teliti pada variabel independen (X) yaitu harga dan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti yaitu penelitian terdahulu variabel yang lainnya yaitu pada variabel independen lokasi, store atmosphere dan kualitas pelayanan sedangkan pada penelitian yang saya teliti variabel independen lainnya yaitu kualitas Produk.

Kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Jainal Ilmi, judul skripsi" Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Café Dan Restaurant Day Avenue Banjarmasin". Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya angkat yaitu sama-sama meneliti harga dan kualitas produk sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y) . adapun perbedaanya yaitu pada penelitian terdahulu varibel independennya lainnya ialah kualitas pelayanan sedangkan variabel lainnya sama semua.

Ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yasir Taufiq, judul skripsi" Pengaruh kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian di House Of Smith Banjarmasin". Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang saya angkat yaitu sama-sama meneliti kualitas produk sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). akan tetapi yang menjadi pembeda adalah pada penelitian terdahulu variabel independen yang satunya yaitu suasana toko sedangkan penelitian yang saya teliti vairiabel independen yang satunya adalah harga.

Tabel 1.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang

NO	Peneliti dan Tahun	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ahmad Saifullah, 2020.	Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di De'kopi Arwana	X1= Harga Y= Keputusan pembelian	X2= Lokasi X3= Store Atmosphere X4= Kualitas Pelayanan
2	Jainal Ilmi, 2016	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Café Dan Restaurant Day Avenue Banjarmasin	X1= Harga X2= Kualitas Produk Y= Keputusan Pembelian	X3= Kualitas Pelayanan
3	Muhammad Yasir Taufiq, 2019.	Pengaruh kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap	X1= Kualitas Produk Y= Keputusan	X2= Suasana Toko

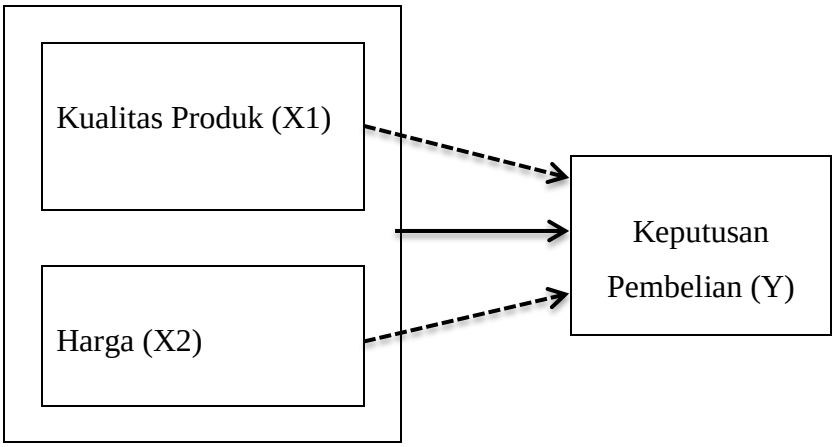
		Keputusan Pembelian di House Of Smith Banjarmasin	Pembelian	

Sumber: Data diolah, Ihsan, 2021

G. Kerangka Pemikiran

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain kualitas produk, harga, tempat, promosi dll. Tetapi disini yang saya ambil hanya 2 faktor yaitu kualitas produk dan harga . Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis (kualitas produk dan harga) yang memengaruhi minat konsumen untuk membeli pakaian bekas di Toko Banjar Second di Banjarmasin.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah, Ihsan, 2021

Keterangan :

: Parsial

: Simultan

Dalam penelitian ini akan diketahui apakah kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Banjar Second di Banjarmasin.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika ternyata fakta-fakta hipotesis tersebut benar. Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Oleh karena itu maka peneliti merumuskan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini baik secara parsial maupun secara simultan. Hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial

   H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin.

   H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin.

2. Secara simultan

   H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin.

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari beberapa tahapan yang sistematis sehingga membentuk suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Adapun tahapan tesebut adalah sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan, dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II berisikan teori yang relevan, dalam bab ini membahas tentang teori yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga, Manajemen Pemasaran dan Keputusan Pembelian.

BAB III merupakan metode penelitian, dalam bab ini dibahas mengenai jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, desain pengukuran, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan teknik analisis data.

BAB IV adalah laporan hasil penelitian, dalam bab ini berisi tentang gambaran umum tentang Banjar Second, dalam bab ini dipaparkan tentang hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang dikemukakan pada bab pertama.

BAB V adalah penutup, pada bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan dikemukakan juga beberapa saran buat pemilik Banjar Second dan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.